

2014年6月27日 全6頁

Indicators Update

5月消費統計

5月時点では反動減からの回復は鈍い

経済分析室
エコノミスト 齋藤 勉

[要約]

- 総務省「家計調査」によると、2014年5月の実質消費支出は季節調整済み前月比▲3.1%と、大幅に減少した4月に引き続き減少した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ると、同+0.6%と増加したものの、増加幅は想定よりも小さい。
- 5月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+4.6%と2ヶ月ぶりに増加した。駆け込み需要の反動減からの回復により、すべての業種で販売額が増加した。ただし、販売額の水準は駆け込み需要発生前を下回っており、今後の回復ペースに注視が必要である。
- 5月の個人消費は、駆け込み需要の反動によって低水準での推移となった。商業販売統計で見れば一定程度の回復が見られたものの、水準は駆け込み需要発生前と比べて低い状態が続いている。ただし、駆け込み需要の見られなかった品目に関しては、堅調に需要が回復している様子が見て取れる。消費税増税は、①駆け込み需要とその反動減、②実質所得の減少という2つのルートで個人消費に影響を与えられていると考えられているが、実質所得の減少による個人消費の押し下げ圧力はそれほど大きくない可能性がある。駆け込み需要の反動減の影響が払拭されれば、個人消費は回復基調に復するとみてよいだろう。

図表1：各種消費指標の概況

		2014年	3月	4月	5月	出所
		2月				
家計調査	実質消費支出	前年比 ▲2.5	7.2	▲4.6	▲8.0	総務省
		前月比 ▲1.5	10.8	▲13.3	▲3.1	総務省
	実質消費支出（除く住居等）	前月比 ▲2.4	9.9	▲13.8	0.6	総務省
商業販売統計	小売業	前年比 3.6	11.0	▲4.3	▲0.4	経済産業省
		前月比 0.3	6.4	▲13.6	4.6	経済産業省
消費総合指数		前月比 ▲1.3	4.5	▲7.9		内閣府
百貨店売上高		前年比 3.0	25.4	▲12.0	▲4.2	日本百貨店協会
コンビニエンスストア売上高		前年比 1.0	2.9	▲2.2	▲0.8	(一社)日本フランチャイズチェーン協会
スーパー売上高		前年比 1.5	9.4	▲5.4	▲2.2	日本チェーンストア協会
外食売上高		前年比 ▲2.8	1.7	2.3	2.8	(一社)日本フードサービス協会
旅行取扱高		前年比 1.1	7.8	▲1.2		観光庁

(注) 百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

(出所) 各種統計より大和総研作成

5月の実質消費支出は前月比▲3.1%と、駆け込み需要の反動減から回復せず

2014年5月の家計調査によると、実質消費支出は季節調整済み前月比▲3.1%と、大幅に減少した4月に引き続き減少した。振れの大きい住居や自動車などを除いた実質消費支出（除く住居等）で見ると、同+0.6%と増加したものの、増加幅は想定よりも小さい。

10大費目別の動き：統計上振れやすい項目の押し下げが大きい、その他費目でも回復は鈍い

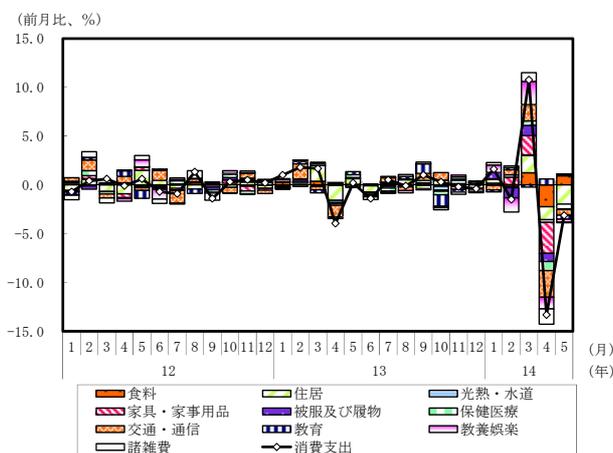
実質消費支出の動きを費目別に見ると、「住居」（前月比▲26.8%）、「教育」（同▲9.4%）、「光熱・水道」（同▲7.2%）、「交通・通信」（同▲4.3%）など、家計調査で振れの出やすい項目で減少幅が大きい。このため、5月の家計調査の実質支出額は、実態以上に低い数字が出ている可能性があるだろう。ただし、さらに細かく内容を見ると、「住居」の中では設備修繕費用の減少が著しい。消費税増税直前には、リフォームの駆け込み需要が発生したため、反動減が続いている可能性がある。また、「交通・通信」でも自動車等購入費の押し下げ幅が大きい。統計上の振れもあるものの、5月の個人消費はやはり弱かったと判断するべきである。

その他の費目でも4月に減少幅の大きかった「諸雑費」（5月：前月比▲0.8%←4月：同▲20.9%）や「被服及び履物」（5月：前月比+2.2%←4月：同▲17.5%）、「家具・家事用品」（5月：前月比+3.0%←4月：同▲53.5%）、「食料」（5月：前月比+4.1%←4月：同▲10.1%）などの回復が鈍い。理美容用品やかばん類、洋服や穀類、調味料など、駆け込み需要が多くでた品目では、5月には需要は回復しなかった模様である。ただし、外食やサービスなど、駆け込み需要の出していない品目では堅調に消費が増加しているとみられる。

商業販売統計の名目小売販売額は前月比+4.6%と、徐々に回復基調

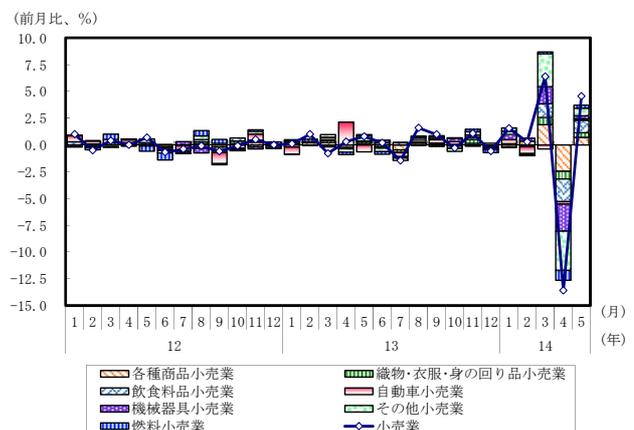
供給側から個人消費動向を捉えた商業販売統計を見ると、5月の名目小売販売額は、季節調整済み前月比+4.6%と2ヶ月ぶりに増加した（図表3）。業種別に内訳を見ると、「各種商品小売業」（前月比+7.5%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」（同+5.5%）、「機械器具小売業」（同+4.1%）、「飲食料品小売業」（同+3.7%）、「燃料小売業」（同+3.0%）など、駆け込み需要の反動減からの回復により、すべての業種で販売額が増加した。ただし、販売額の水準は駆け込み需要発生前を下回っており、今後の回復ペースに注視が必要である。

図表2：実質消費支出の費目別寄与度



(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表3：名目小売販売額の業種別寄与度

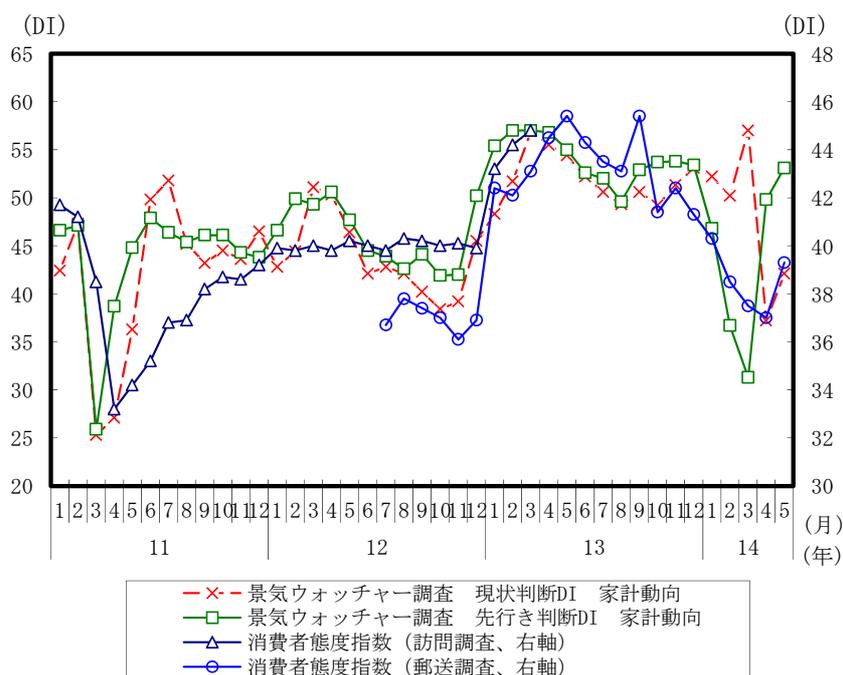


(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

消費者マインドは6ヶ月ぶりに改善

2014年5月の消費動向調査によると、消費者態度指数は、前月差+2.3ptと6ヶ月ぶりに改善に転じた（図表4）。判断項目のうち、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」というすべての意識指標が改善している。水準は依然として低位であるものの、消費者マインドは底を打ったと考えてよいだろう。今後は、労働需給逼迫に伴う賃金上昇や夏季賞与の増加など、所得・雇用環境の改善が消費者マインドを押し上げていく見込みである。

図表4：消費者マインドの推移



(出所) 内閣府統計より大和総研作成

反動減の影響が払拭されれば、個人消費は回復基調に

5月の個人消費は、駆け込み需要の反動によって低水準での推移となった。商業販売統計で見れば一定程度の回復が見られたものの、水準は駆け込み需要発生前と比べて低い状態が続いている。

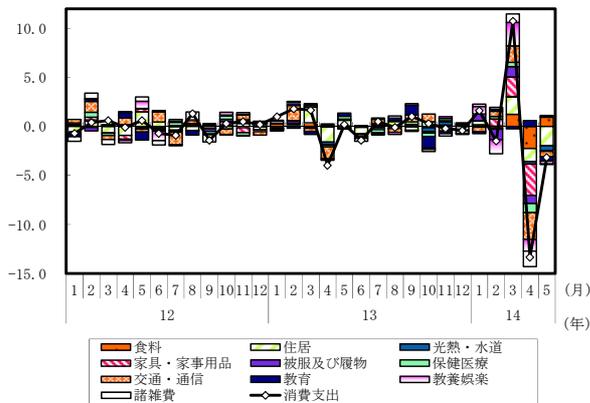
ただし、駆け込み需要の見られなかった品目に関しては、堅調に需要が回復している様子が見て取れる。消費税増税は、①駆け込み需要とその反動減、②実質所得の減少という2つのルートで個人消費に影響を与えられていると考えられているが、実質所得の減少による個人消費の押し下げ圧力はそれほど大きくない可能性がある。駆け込み需要の反動減の影響が払拭されれば、個人消費は回復基調に復するとみてよいだろう。

5月に関しては、日用品など買だめされた品目について需要の回復が鈍かったが、6月以降家庭内在庫が減少してくることで、消費も回復基調を強めるとみている。耐久財の需要の本格的な回復には時間を要する見込みであるが、2014年7-9月期には、個人消費は駆け込み需要発生前の水準を上回るとみている。

消費・概況①

実質消費支出の費目別寄与度

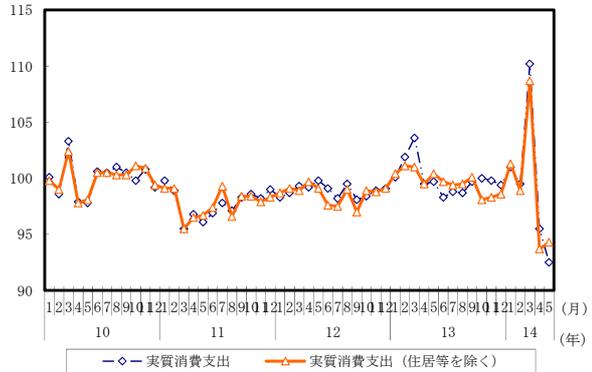
(前月比、%)



(出所) 総務省統計より大和総研作成

実質消費支出 (家計調査、二人以上世帯)

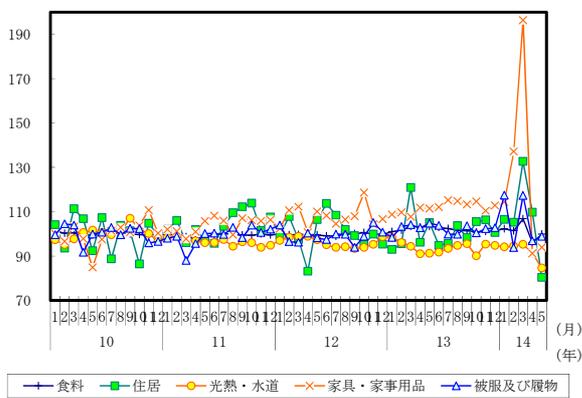
(2010年=100)



(注1) 季節調整値。
(注2) 「住居等」とは住居、自動車等購入、贈与金、仕送り金。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

項目別実質消費①

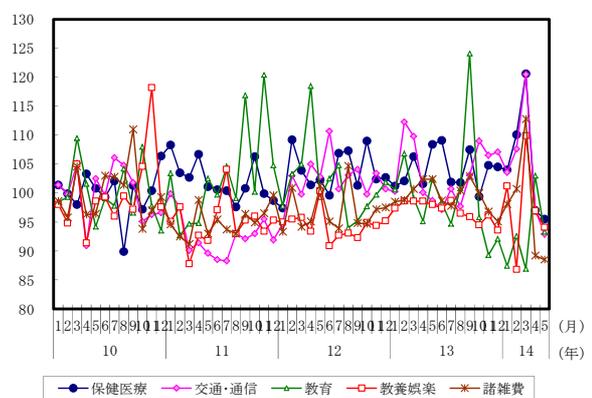
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

項目別実質消費②

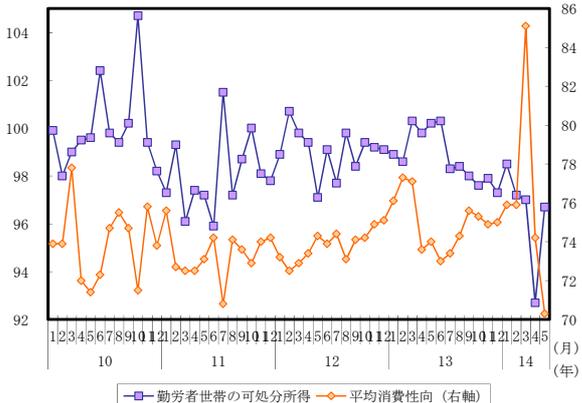
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

勤労者世帯の実質可処分所得と平均消費性向

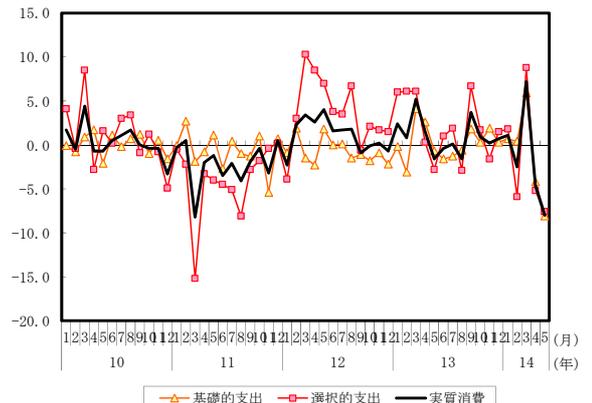
(2010年=100)



(注) 季節調整値。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

基礎的支出と選択的支出

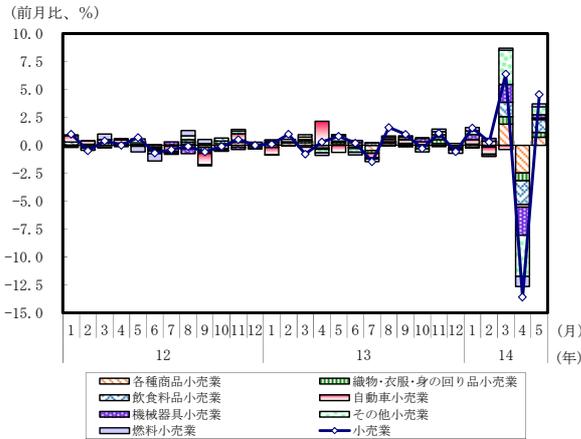
(前年比、%)



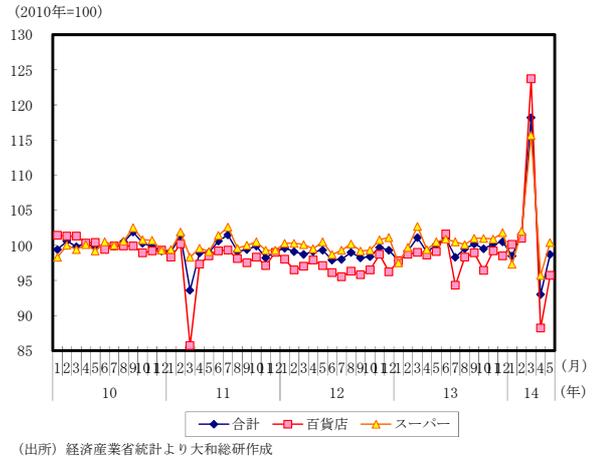
(出所) 総務省統計より大和総研作成

消費・概況②

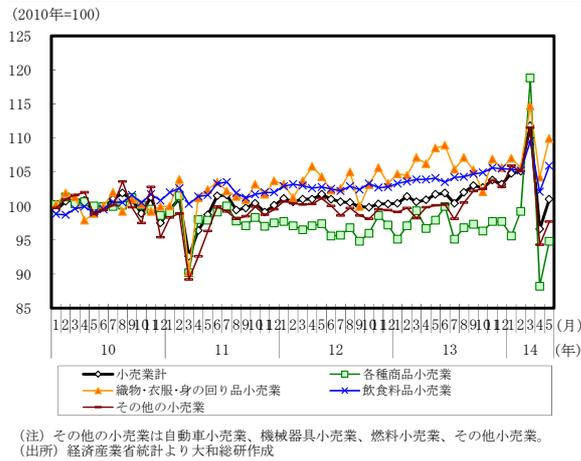
商業販売統計小売業販売額の推移



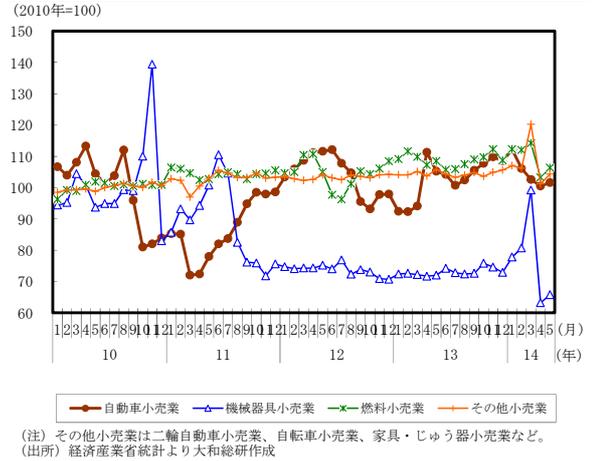
大型小売店業態別商品販売額



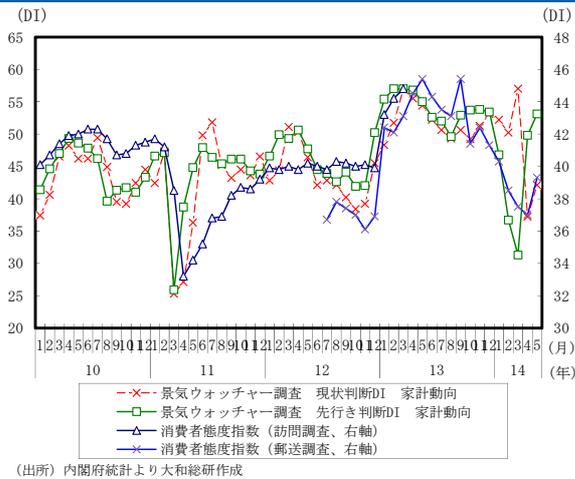
業種別小売販売①



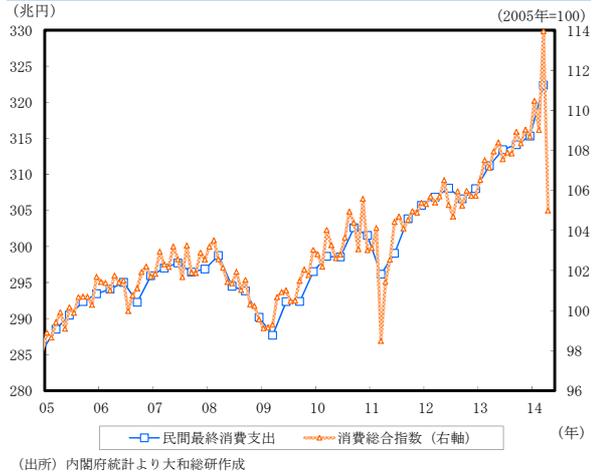
業種別小売販売②



消費者マインド

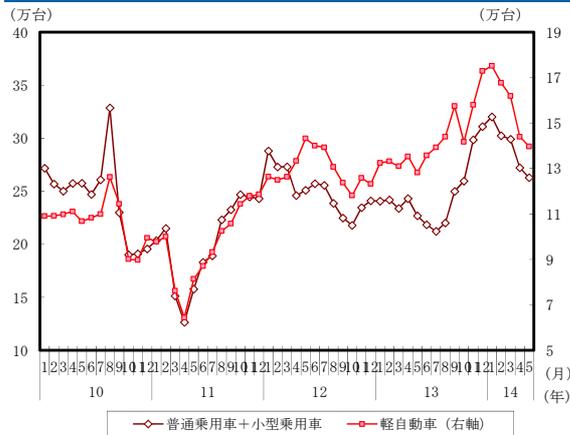


GDPベースの民間最終消費支出と消費総合指数



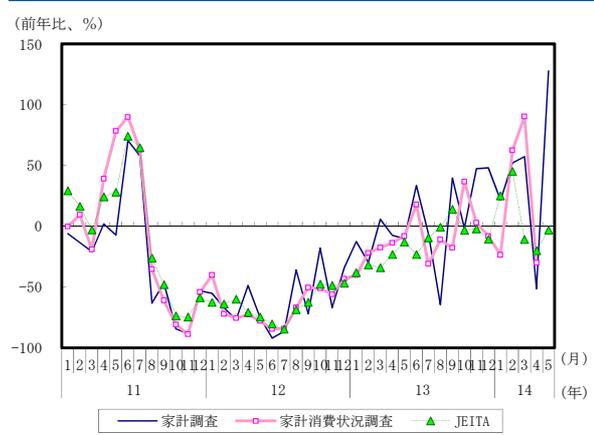
消費・協会統計

新車販売台数



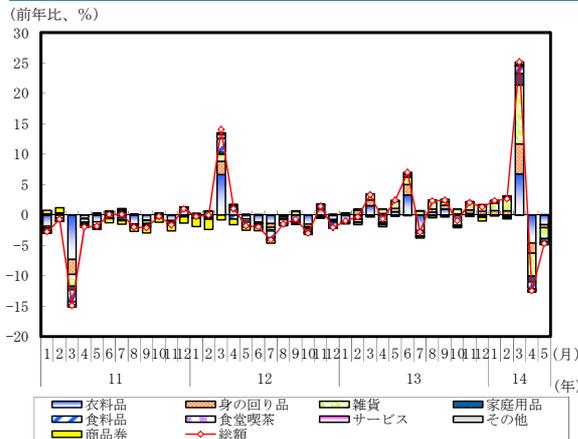
(注) 季節調整は大和総研。
(出所) 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会統計より大和総研作成

テレビ消費額と出荷台数



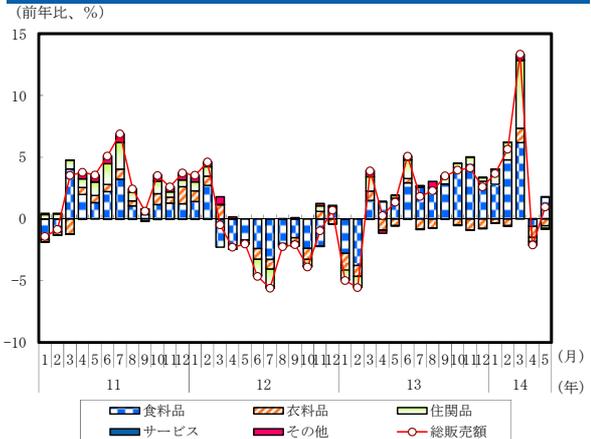
(注) 家計調査と家計消費状況調査の値は当該CPIで実質化。
(出所) JEITA、総務省統計より作成

百貨店売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



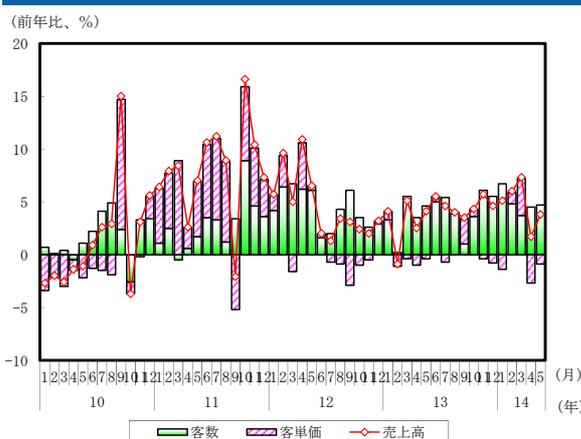
(出所) 日本百貨店協会統計より大和総研作成

スーパー売上の寄与度分解 (品目別、全店舗ベース)



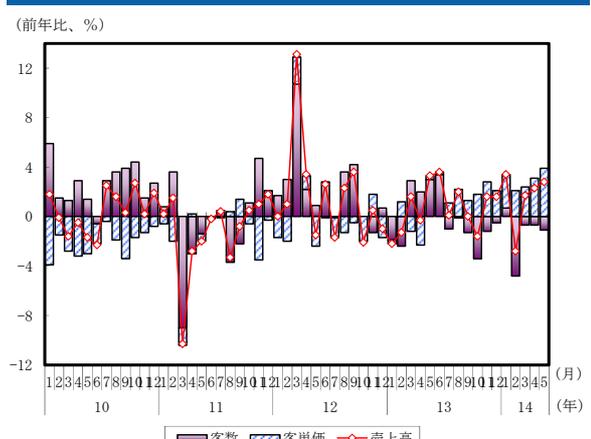
(出所) 日本チェーンストア協会統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成